

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Turismo Gastronómico en España. Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida en el País Vasco y la Comunidad Valenciana”

**TRABAJO FINAL DE
GRADO**

Autor/a:
Míriam Martínez Bautista

Tutor/a:
**Maria Dolores Teruel
Serrano**

GANDIA, 2015

Resumen

El proyecto se centra en el estudio y análisis de los productos bajo las nomenclaturas de Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida de los restaurantes con Estrella Michelin, tanto de la región del País Vasco como de la Comunidad Valenciana.

En primer lugar, se ha realizado un estudio sobre los conceptos de gastronomía y turismo gastronómico para situar al lector en la parte más teórica de este proyecto, y entender el enfoque que éste pretende dar a estos conceptos.

En segundo lugar, se ha plasmado la gastronomía tradicional y popular de cada una de las regiones, para entender más adelante el papel que se le da (o no) a ésta en los restaurantes con Estrella Michelin.

Seguidamente, se han seleccionado aquellos restaurantes con mayor reputación dentro de esta categoría, y entre éstos, aquellos que han tenido a bien facilitar sus cartas para el posterior análisis de cada uno de los platos que ofrecen.

Finalmente, tras comprobar que no son muchos de estos alimentos los que se pueden encontrar en los platos de estos restaurantes, se ha procedido a valorar también aquellos pertenecientes a la gastronomía local del lugar y que pueden ser degustados de una forma diferente e innovadora en estos locales.

Palabras clave: gastronomía; turismo gastronómico; Denominación de Origen; Indicación Geográfica Protegida.

Abstract

This project is focused on the study and analysis of products under the categorization of *Denominación de Origen* and *Indicación Geográfica Protegida* of the Michelin Stars restaurants, both in the region of the Basque Country and Valencian Community.

First, there has been made a study on the concepts of gastronomy and culinary tourism to situate the reader in the theoretical part of this project and to understand the approach that it aims to give to these concepts.

Secondly, it has been reflected the traditional and folk gastronomy of each region for a further understanding of the role that it's given (or not) to this in Michelin Star restaurants.

Then, there were selected those most reputable restaurants in this category, and among these, those who have been pleased to provide their cards for the subsequent analysis of each offered dishes.

Finally, after finding that there are not many of these foods which can be found in the dishes of these restaurants, it has carried out an assessment also those belonging to the local cuisine of the place and that can be tasted in a different and innovative way in these restaurants.

Keywords: Gastronomy; Culinary Tourism; Denominación de Origen; Indicación Geográfica Protegida.

ÍNDICE

Resumen	1
Abstract	2
1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Presentación.....	4
1.2. Objetivos	5
1.3. Metodología.....	5
1.4. Estructura	6
1.5. Problemas	7
2. DEFINICIÓN DE TURISMO GASTRONÓMICO	9
2.1. Definición de TURISMO, GASTRONOMÍA y TURISMO GASTRONÓMICO... 9	
2.2. Perfil del turista.....	12
2.2.1. Características básicas.....	12
2.2.2. Motivaciones (principales y secundarias).....	13
2.3. ¿Existe estacionalidad para este tipo de turismo?	17
3. DENOMINACIÓN DE ORIGEN E INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA Y SU VINCULACIÓN A LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	18
3.1. Definiciones.....	18
3.2. Productos bajo estas nomenclaturas	19
3.3. El DOP y la IGP como garantía de calidad y valor en la decisión del consumidor	21
4. GASTRONOMÍA EN EL PAÍS VASCO Y LA COMUNITAT VALENCIANA	22
4.1. Gastronomía Vasca	22
Platos típicos del País Vasco.....	23
4.2. Gastronomía Valenciana	26
Comida típica de la Comunidad Valenciana.....	27
5. ESTUDIO DE LOS RESTAURANTES CON ESTRELLA MICHELÍN	30
5.1. ¿Qué son las Estrellas Michelin?.....	30
5.2. Estudio de las cartas y menús de Restaurantes con Estrellas Michelin en el País Vasco.....	31
5.3. Estudio de las cartas y menús de Restaurantes con Estrella Michelin en la Comunidad Valenciana	33
6. CONCLUSIONES	41
7. BIBLIOGRAFIA.....	43
ÍNDICE DE TABLAS.....	45
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	45
ÍNDICE DE FIGURAS.....	45

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación

El turismo gastronómico es una nueva modalidad de turismo que está empezando a tener auge en todo el mundo, y recientemente está adquiriendo gran importancia en nuestro país. No se trata de una modalidad turística nueva. Siempre ha habido personas interesadas en la gastronomía típica de los destinos que visitaba, pero sí es reciente el valor que se le está dando como producto adicional en el turismo, como una nueva forma de diversificar y como medida para reducir la estacionalidad.

Este proyecto analiza y expone el auge que está aconteciendo a la gastronomía en estos últimos años. Esta nueva tendencia emergente de los turistas gastronómicos (también conocidos como “*foodies*”) está llevando a considerar a la gastronomía como un “producto clave” en la decisión de muchos turistas a la hora de realizar un viaje. Existe actualmente una exposición a muchos estímulos externos que reclaman la atención e interés del consumidor hacia esta nueva forma de entender y consumir la gastronomía como puedan ser programas de televisión masivos del tipo MasterChef, u otros medios de comunicación a través de Internet como son los *blogs* de cocina o *app's*, incluso a través del formato más tradicional, los libros. Todo ellos apoyan esta nueva tendencia e interés hacia la gastronomía.

En medio de esta vorágine de conceptos y tendencias emergentes, se ha querido reparar en este proyecto en aquellos productos que dan sentido a la gastronomía “sostenible” que sería aquella que utiliza productos locales en sus elaboraciones culinarias. Por ello, se repara en el conocimiento por parte de restauradores importantes de nuestro país de la utilización de los productos de Denominación de Origen (en adelante DOP) e Indicación Geográfica Protegida (en adelante IGP) en la oferta de sus restaurantes. Se han elegido los restaurantes con reconocimiento “Estrella Michelin” tanto del País Vasco y la Comunidad Valenciana. El estudio pretende comprobar la consideración de estos productos en dichos restaurantes (considerados de alta categoría) y su valor generalizado a través de los organismos públicos del país.

Para la elaboración de dicho proyecto se ha realizado un estudio de las cartas de los diferentes restaurantes, siendo también analizados aquellos platos pertenecientes a la

gastronomía local del lugar, debido a que no pudo ser extraída mucha información sobre los productos DOP e IGP.

1.2. Objetivos

Objetivo General

Analizar el uso de los productos de Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida empleando como base los restaurantes con el distintivo de “Estrellas Michelin” del País Vasco y la Comunidad Valenciana.

Objetivos Específicos

- Definir y contextualizar el turismo gastronómico en España
- Realizar una aproximación al perfil del turista gastronómico
- Profundizar en el conocimiento de la cultura gastronómica del País Vasco y la Comunidad Valenciana como comunidades autónomas con gran importancia y tradición gastronómica
- Analizar las cartas de los restaurantes reconocidos con el distintivo de “Estrellas Michelin” de estas dos comunidades autónomas para saber si su oferta incluye productos de DOP y/o IGP.

1.3. Metodología

En relación a la metodología que se ha seguido para abordar la realización de este trabajo final de grado, cabe destacar que, no ha estado exenta de muchos problemas encontrados al no existir apenas literatura científica sobre este tema y al encontrar reticencias por parte de los restaurantes para facilitar información sobre su oferta.

La búsqueda inicial llevó al uso de fuentes secundarias a través de plataformas tecnológicas como es el portal de recursos bibliográficos (de la Universitat Politècnica de València) Polibuscador, para la identificación de bibliografía (libros y documentos) que tratasen conceptos relacionados con el turismo gastronómico o la gastronomía en general. Es por este motivo que una parte importante de la investigación se ha basado en la información procedente de fuentes secundarias de investigación, (artículos

recopilados en Internet, y en páginas web relacionadas con el turismo en España, principalmente).

Además de la información buscada en Internet referente a conceptos y tendencias del turismo gastronómico, se ha realizado una investigación en profundidad (fuente primaria de investigación) al analizar las cartas de las páginas web a través de un breve cuestionario elaborado por la autora aplicado a los restaurantes objeto del estudio (aquellos que cuentan con el reconocimiento de “Estrellas Michelin” en el País Vasco y en la Comunidad Valenciana). En primer lugar, esta investigación servirá para conocer si estos restaurantes, como grandes referentes tanto a nivel nacional como internacional, incluyen en sus elaboraciones productos de Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida, y en segundo lugar, si además de estos productos utilizan otros productos locales.

1.4. Estructura

La estructura del trabajo se compone de tres partes:

Primera Parte: Se ha explicado y ampliado el conocimiento que se tiene sobre la gastronomía y el tipo de turismo vinculado a esta cultura, esto es, quiénes son los turistas que realizan estos viajes, sus motivaciones, etc.

Segunda Parte: identificación de los productos incluidos en las Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida: qué son, cuáles son en cada comunidad autónoma, etc.

Tercera Parte: Finalmente, se analizan en profundidad las cartas¹ y/o menús² de los restaurantes con Estrella Michelin en el País Vasco y la Comunidad Valenciana para averiguar si emplean los productos reconocidos como DOP e IGP, o si incluyen en sus platos recetas tradicionales de la zona.

¹ Carta: compendio de todos los platos que ofrece el restaurante y en el que suele estar incluido el menú del día.

² Menú: conjunto de platos y precio cerrado que un establecimiento ofrece al cliente.

1.5. Problemas

Se ha querido destacar un apartado a comentar los problemas con los que nos hemos encontrado a lo largo de la realización de este proyecto.

En un primer lugar, el mayor problema ha sido la falta de información existente a nivel general en el terreno de la gastronomía española, si bien hay algunas comunidades autónomas que disponen de bases de datos, son insuficientes a nivel general. Tampoco se ha encontrado información relevante sobre el origen del turismo gastronómico en nuestro país. No sabemos en qué momento empezó a surgir, ni cuándo empezó a ser valorada la gastronomía como tal.




En segundo lugar, en cuanto a la manifestación que se está produciendo de una nueva modalidad de turismo como es el turismo gastronómico tanto a nivel nacional como internacional, la información encontrada sobre éste es escasa a nivel nacional (escasa en datos españoles). Muchos de los estudios y análisis de este proyecto se han basado en la recopilación de datos e informes de publicaciones de empresas externas al país, traducidos del inglés, dada la falta de investigación existente en este ámbito.

Consecutivamente, un problema ligado a la falta de esta información es la relación de conceptos que vinculan al turismo gastronómico con el *enoturismo* (turismo que tiene como principal producto el conocimiento y la cata de vinos), con lo que se eclipsa la comprensión de esta nueva modalidad. Tampoco existen datos estadísticos ni información relacionada a nivel institucional como pueda ser en el Instituto de Estudios Turísticos (INE).

Otro problema surgido en el proceso de realización de este proyecto fue la falta de identificación de los productos con Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida en las cartas de los restaurantes con Estrella Michelin. Este hallazgo supuso ampliar el objeto de estudio a los productos típicos o la gastronomía tradicional del lugar para conocer si, en estos productos, existe una vinculación entre dichos productos y/o platos en los restaurantes seleccionados.

También se ha detectado cierta confusión en la presentación de la información que provoca problemas a la hora de identificar algunos productos DOP y/o IGP. Este es el caso del Queso de Idiazabal que aparece en la lista de los productos DOP del País Vasco pero no así en la página web del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Fig. 1).

Se han encontrado 5 coincidencias.

D.O. o I.G.	Órgano de Gestión	Comunidad Autónoma	Tipo de Producto	Pliego
ARABAKO TXAKOLINA/TXAKOLI DE ÁLAVA/CHACOLI DE ÁLAVA	Consejo Regulador de la D.O. "ARABAKO TXAKOLINA-TXACOLI DE ÁLAVA"	PAÍS VASCO	VINOS DOP	 Pliego
BIZKAIKO TXAKOLINA/TXAKOLI DE BIZKAIA/CHACOLI DE BIZKAIA	Consejo Regulador de la D.O. "CHACOLI DE BIZKAIA-BIZKAIKO TXAKOLINA"	PAÍS VASCO	VINOS DOP	 Pliego
CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO O EUSKAL OKELA	Consejo Regulador de la I.G.P. "CARNE DEL PAÍS VASCO O EUSKAL OKELA"	PAÍS VASCO	CARNES FRESCAS Y DESPOJOS	
GETARIAKO TXAKOLINA/TXAKOLI DE GETARIA/CHACOLI DE GETARIA	Consejo Regulador de la D.O. "CHACOLI DE GETARIA-GETARIAKO TXAKOLINA"	PAÍS VASCO	VINOS DOP	 Pliego
PIMIENTO DE GERNIKA Ó GERNIKAKO PIPERRA		PAÍS VASCO	FRUTAS, HORTALIZAS Y CEREALES FRESCOS O TRANSFORMADOS	

© Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

[Accesibilidad](#)
[Guía de navegación](#)
[Aviso legal](#)

W3C

WAI-AAA WCAG 1.0

Figura 1 Productos DOP e IG del País Vasco
Fuente: Página web del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio ambiente (2012)

2. DEFINICIÓN DE TURISMO GASTRONÓMICO

2.1. Definición de TURISMO, GASTRONOMÍA y TURISMO GASTRONÓMICO

Desde el inicio de los estudios conducentes al graduado en Gestión Turística, los profesores se han encargado de recordarnos las definiciones de turismo según diferentes organizaciones, como por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo³ (en adelante OMT), la cual está considerada como la principal y de mayor importancia.

Por su parte, el sector turístico, está considerado como uno de los más importantes a nivel mundial. Un informe de la OMT (2014) expone que,

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

En España concretamente, supone una parte muy considerable de la economía nacional, ya que es un sector que proporciona cuantiosos puestos de trabajo y grandes ingresos monetarios. Además, por primera vez, nuestro país ha conseguido posicionarse como el país más competitivo del mundo, por delante de Francia, Alemania, EEUU y Reino Unido (World Economic Forum, 2015).

Rank	Country/Economy	Value
1	Spain	5.31
2	France	5.24
3	Germany	5.22
4	United States	5.12
5	United Kingdom	5.12
6	Switzerland	4.99
7	Australia	4.98
8	Italy	4.98
9	Japan	4.94
10	Canada	4.92

Figura 2 Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (clasificación)
Fuente: World Economic Forum (2015)

³La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

En la tabla (Fig.2) podemos apreciar como la diferencia de puntuación entre España y el resto de países es notablemente considerable, llevándose 0,07 puntos de diferencia con Francia.

En cuanto al concepto de **gastronomía**, las diferentes definiciones que nos acercan a este concepto son numerosas. Si bien todas estas definiciones provenían de *blogs* o páginas webs de cocina, las cuales no aportaban demasiado rigor para su introducción en este trabajo académico, por lo que, para la conceptualización del término gastronomía, se ha recurrido a la definición que proporciona la Real Academia Española (en adelante RAE) en su página web, considerando que se trata de la más asentada.

Gastronomía.

1. f. Arte de preparar una buena comida.
2. f. Afición a comer regaladamente.

De la definición dada por la RAE, y si se compara con el auge que está teniendo en este momento esta técnica culinaria, observamos que no se corresponde con la actual realidad en parte sobredimensionada por la influencia mediática de programas-concurso que nos han acercado a la gastronomía hasta el punto de elevarlo a grado universitario.

Cada día surgen nuevos “gourmets”, personas interesadas en esta técnica culinaria a quienes les gusta degustar buenos platos o incluso elaborar los platos que ven en restaurantes o que aparecen difundidos a través de páginas web.

He intentado encontrar definiciones sobre la gastronomía en inglés, para comprobar si la definición de esta palabra se queda corta únicamente en España, o si ocurre lo mismo a nivel internacional. Para mi sorpresa, esta definición es tan escueta aquí como fuera del país.

En mi opinión, la gastronomía va más allá de “la preparación de una buena comida” o a la “afición de comer”. Para mí tiene que ver también con la dedicación, la enseñanza (ya sea por uno mismo o por instruirse en ello), los gustos de cada persona a la hora de alimentarse, la creación de nuevos platos, elaboración, tradición, y así podría continuar en un sinfín de palabras que me vienen a la cabeza cuando pienso en este término.

Según el informe de la OMT, (2014) denominado “Food Tourism”, se le concede mucha importancia a la gastronomía en cuanto al valor que aporta a los turistas, implicándolos de un modo distinto con el destino.

La **gastronomía** permite a los turistas acceder al patrimonio cultural e histórico de los destinos a través de la degustación, experimentando y comprando. Es decir, hace que sea posible acercarse a la cultura de una manera más vivencial y participativa que no es puramente contemplativa.

Después de esta serie de definiciones conceptuales, llegamos a la definición de **turismo gastronómico**, la cual se centra en «los turistas y visitantes que planean sus viajes con el fin de probar la cocina del lugar o para realizar actividades relacionadas con la gastronomía» (OMT, 2015).

Este nuevo enfoque del turismo y la gastronomía pretende conectar al turista con el destino a través de sus productos y la comercialización de éstos, y lograr transmitir el destino a través de los sabores. Es una nueva forma de mostrar el origen de los productos locales, y la riqueza que éstos aportan a nuestra gastronomía, apreciada y valorada mundialmente. Este es el caso de la Dieta Mediterránea, declarada recientemente como *Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad* por la UNESCO.

Según Hall *et al*, (2003) “el turismo gastronómico es un viaje experiencial a una región gastronómica, con fines recreativos o de ocio, que incluye visitas a productores primarios y secundarios de los alimentos, festivales gastronómicos, ferias gastronómicas, eventos, mercados de agricultores, programas de cocina y demostraciones, degustaciones de productos alimentarios de calidad o cualquier actividad turística relacionada con los alimentos. Además, este viaje experiencial está relacionado con un estilo de vida particular que incluye la experimentación, el aprendizaje de las diferentes culturas, la adquisición de conocimientos y la comprensión de las cualidades o atributos relacionados con los productos turísticos, así como especialidades culinarias que se producen en esa región a través de su consumo”.

2.2. Perfil del turista

Algunos conceptos tradicionales que tratan la definición del turismo desde un enfoque psicológico afirman que “el turismo es el medio por el que las personas buscan beneficios psicológicos que surgen de experimentar nuevos lugares y nuevas situaciones, que tienen una duración temporal, y que está libre de las limitaciones de los patrones normales de la vida cotidiana en el hogar” (Ryan, C. 1991).

Por otro lado, otros estudios como el World Economic Forum (2015) o el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas - Invat.tur, afirman que muchos turistas utilizan este tipo de turismo como vía de escape a su rutina. El nuevo consumidor busca algo más aparte de alimentarse. Es un turista que quiere experimentar sensaciones a través de los platos que se le ofrecen y que además, encuentran en la gastronomía un interés cultural en el que pueden conocer el lugar que visitan a través de éstos y de los productos del lugar (Invat.tur, 2015). No hace falta cruzar cientos de kilómetros para ir a probar algún tipo de gastronomía. En muchas ocasiones, simplemente basta con trasladarnos al pueblo de al lado, donde algún conocido nos sugiere conocer la gastronomía y de esta forma, este desplazamiento está implicando turismo gastronómico.

2.2.1. Características básicas

Son muchas las características que identifican al turista gastronómico. Entre las más significativas se destaca las aportaciones hechas por Gaztelumendi (2012):

- Es un turista que está informado sobre las tendencias del consumo cultural, por lo que es conocedor de los últimos acontecimientos que rodean este entorno.
- Es un viajero que busca la autenticidad de los lugares que visita a través de la gastronomía y que, en consecuencia, le importa el origen de los productos del destino.
- Reconoce el valor de la gastronomía como medio de socialización, como espacio de convivencia, de intercambio de experiencias.
- Es un turista que consume por encima de la media, exigente y que sabe juzgar el producto.

Una primera aproximación sobre el perfil de este tipo de turistas según las características anteriores sería que el tipo de turista más acercado al turismo gastronómico es aquel que busca descubrir y adentrarse en la cultura gastronómica de forma espontánea, no todos tienen por qué ser experimentados.

2.2.2. Motivaciones (principales y secundarias)

De la definición dada por Hall et al, (2003) la experiencia de turismo gastronómico será considerada como tal cuando constituya la principal motivación para viajar de los visitantes a un destino en particular, o al menos sea una razón significativa.

Por su parte, las motivaciones secundarias estarían relacionadas con la satisfacción del consumidor, lo que supondría un componente clave en el proceso de toma de decisiones de los visitantes. Algunos autores (Oliveira, 2011) (Capano, 2012) sostienen que estas motivaciones estarían influenciadas por las necesidades físicas o fisiológicas, las necesidades sociales, y la necesidad de prestigio o status:

- La *necesidad física o fisiológica*, referida a la necesidad de alimentarse bien, de disfrutar comiendo, degustando y saboreando.
- En cuanto a la *necesidad social*, la necesidad de disfrutar de buenos ratos o momentos con amigos, familia, pareja, etc. Si reflexionamos sobre ello, cuando hacemos este tipo de encuentros, solemos reunirnos para comer, y disfrutar tanto de la compañía como del placer de comer fuera del hogar.
- La *necesidad de prestigio o status*. Salir a comer a buenos y lujosos restaurantes, sitios de alta cocina, generalmente de costes elevados, con el fin de, además de comer bien, dar o mantener una imagen social.

Esta última necesidad estaría muy recalcada por culpa de las redes sociales, ya que potencia la visita a estos tipos de restaurantes con el fin de realizar fotografías para poder compartirlas, y recibir la atención de nuestros conocidos o las personas que nos siguen en ellas.

Además, existen diferentes motivaciones en todas las personas que hacen que la gastronomía se convierta en un producto turístico cada vez más consolidado.

El *Pangaea Observatory*⁴ realiza encuestas sobre la industria turística europea dos veces al año sobre los patrones y tendencias que tratan el mundo de los viajes.

Dado que el turismo gastronómico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, se realizó una entrevista a expertos para analizar su medida y averiguar aspectos relacionados como el gasto turístico, la duración del viaje, y la combinación de este tipo de producto (turismo gastronómico) con otras modalidades de turismo.

Este proyecto ha sido realizado en cooperación con The Blueroom Project (TBP)⁵ en colaboración con los miembros fundadores de las tres agencias líderes en la industria de viajes y turismo: Massimo Tocchetti de AIGO en Milán (Italia), Jo Johnson de Cuatro bgb en Londres (Reino Unido) y Dorothea Hohn de Global Communication Experts en Frankfurt (Alemania).

La encuesta se llevó a cabo en septiembre de 2014 en cinco países europeos: Francia, Alemania, Italia, España y el Reino Unido.

Los **turistas culinarios** (acepción también contemplada) tenidos en cuenta aquí son aquellos identificados como “las personas que están dispuestas a viajar por el mundo, en parte con el fin de probar y experimentar la auténtica cocina nacional e internacional”. En cuanto a **turismo gastronómico** se refiere, éste implicará aquellos “viajes realizados a destinos donde poder disfrutar de una experiencia única y memorable a través de la comida y la bebida, que enriquecerá el acto de viajar” (The Blueroom Project, 2014).

Siguiendo con el estudio citado anteriormente y dada la escasez de información sobre el turismo gastronómico en España, los únicos datos relativos sobre el gasto que realiza el turista gastronómico se indican en el siguiente gráfico (Fig. 3):

⁴ El Pangaea Observatory es una red internacional de agencias independientes que ofrecen consultoría, marketing y comunicación de servicios en la industria del turismo y la hospitalidad - www.thepangaeaanetwork.com

⁵ The Blueroom Project – TBP Consulting es una empresa que ofrece sus servicios especializados en comunicación y marketing a empresas e instituciones nacionales, locales e internacionales, ofreciendo servicios plenos.

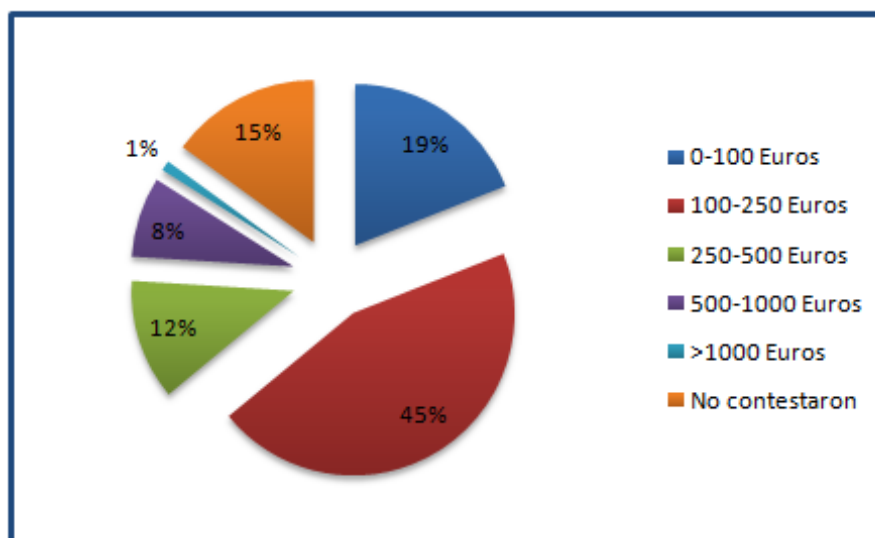
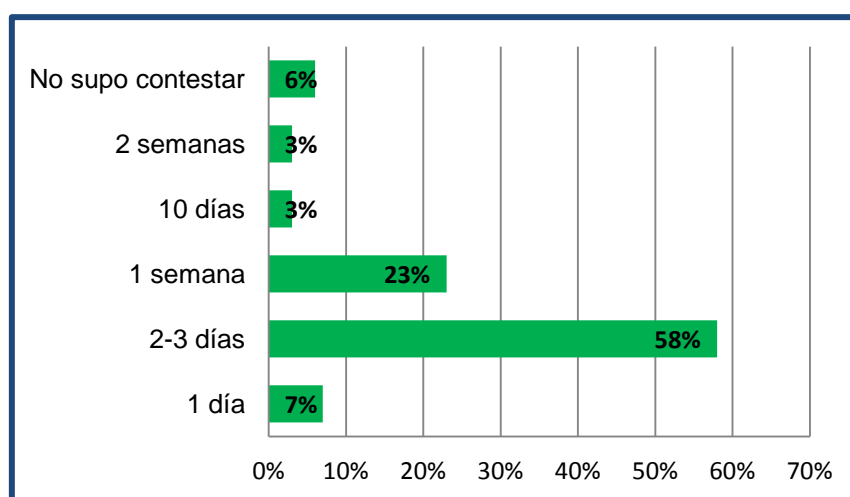


Figura 3 Gasto en gastronomía en Europa Fuente: estudio Pangaea (2014)

Como se puede ver en el gráfico (Fig. 3), el gasto realizado más común entre los turistas es de entre 100 y 250 euros con un alto porcentaje (45%), casi la mitad de los encuestados. Esta información es importante, ya que nos está indicando el gasto aproximado de los turistas en este sector, y de esta forma, en estudios posteriores que se puedan realizar, se podrán buscar ideas que conlleven al mantenimiento de este gasto turístico en el destino, y pensar futuras formas de, si cabe, ampliarlo.



**Figura 4 Duración del viaje
Fuente: estudio Pangaea (2013)**

Asimismo, en relación a la duración de este tipo de viajes, según la Tabla 3 (Fig. 4), aporta que 58% de resultados, la estancia para el turismo gastronómico tiene una

duración de 2-3 días en el destino, y como máximo esta duración es de 1 semana. Respecto al resto de resultados, es coherente que tengan un porcentaje tan bajo ya que se considera “exagerado” tantos días de estancia únicamente con el fin de conocer la gastronomía del lugar.

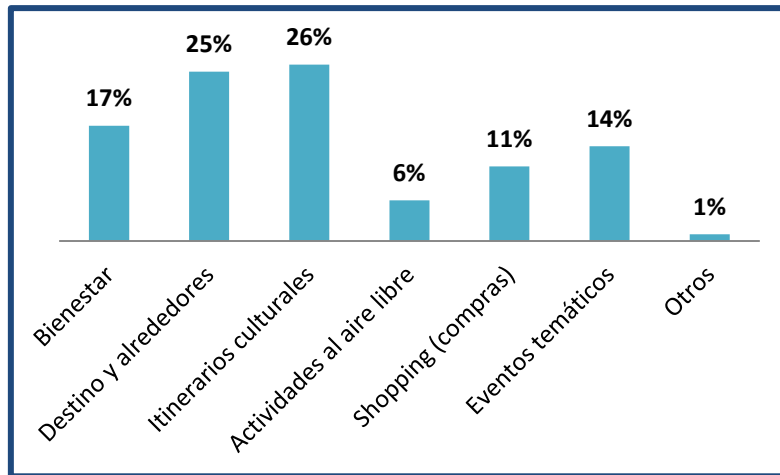


Figura 5 Combinación del producto
Fuente: estudio Pangaea (2013)

En la tabla anterior (Fig. 5) se reflejan las actividades que se combinan con las actividades gastronómicas en los viajes realizados por los turistas. Las más destacadas son las *visitas al destino y alrededores* con un 25%, y la de *itinerarios culturales* con un 26%.

2.3. ¿Existe estacionalidad para este tipo de turismo?

A la pregunta que se planteaba sobre si esta modalidad turística implica o no estacionalidad, se observa que su alta capacidad atractiva sirve como una alternativa para romper con la estacionalidad en el turismo de muchas ciudades españolas, atrayendo turistas durante todo el año a través de los productos locales y los destinos gastronómicos.

Asimismo, las administraciones competentes en materia turística plantean con este tipo de turismo fórmulas que vengan a prolongar las estancias de los viajeros e incrementar el gasto que éstos realizan en los destinos. De esta manera se contribuye a crear nuevos puestos de trabajo en el sector de la hostelería que no dependan únicamente de temporadas altas como son Navidad, festivos nacionales o regionales, y verano, sino a lo largo de todo el año.

Posada (2009) plantea que, para alcanzar lo anteriormente comentado, es fundamental lograr el interés de los viajeros en el turismo gastronómico y se hace necesaria una colaboración entre el sector empresarial y los municipios, de forma que la imagen de la región/ciudad/provincia quede asociada a la gastronomía y al producto local. También es necesario plantearse nuevas estrategias de promoción y marketing, dirigidas tanto a los viajeros nacionales como a los internacionales. La autora destaca algunas diferencias entre éstos como: la diferencia en la estructura vacacional (diferente a la nuestra), el mayor poder adquisitivo, y una duración más larga que la media en nuestro país. Estas particularidades son señaladas con la finalidad de realizar un nuevo planteamiento en cuanto al marketing nacional de cara al exterior, puesto que ello se traduce en beneficios que repercuten positivamente a la temida “temporada baja” del destino, y en estancias y gastos turísticos superiores a la media, dando lugar a un desarrollo sostenible y una desestacionalización del territorio.

3. DENOMINACIÓN DE ORIGEN E INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA Y SU VINCULACIÓN A LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

3.1. Definiciones

Antes de continuar con el análisis que nos ocupa, conviene primero conocer las definiciones de los conceptos **Denominación de Origen Protegida** (en adelante DOP) e **Indicación Geográfica Protegida** (en adelante IGP). Según el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012), la DOP se define como:

“Un nombre que identifica un producto:

- *Originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente, un país,*
- *Cuya calidad o características se deben fundamental o exclusivamente a un medio geográfico particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él, y*
- *Cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida”*

Por su parte, la definición identificada para la **Indicación Geográfica Protegida** (en adelante IGP) dada por este mismo organismo (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 2012) es:

“Un nombre que identifica un producto:

- *Originario de un lugar determinado, una región o un país,*
- *Que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y*
- *De cuyas fases de producción, al menos una tenga lugar en la zona geográfica definida”.*

La diferencia entre ambas reside en que en un producto con DOP, la producción, la transformación y la elaboración se realizan en la misma zona geográfica, mientras que en un producto con IGP, no es necesaria/obligatoria la realización de todas las fases de producción, transformación y la elaboración del mismo en la misma zona geográfica.

3.2. Productos bajo estas nomenclaturas

Al igual que somos capaces de reconocer algunos sitios del país por sus monumentos o infraestructuras características como la Alhambra en Granada, la Sagrada Familia en Barcelona, el parque del Retiro en Madrid, etc., debemos aprender a identificar la gastronomía por regiones y enseñarlo también a los turistas extranjeros. La frase enunciada por el cocinero Pablo San Román (2015) nos sirve para apuntalar este concepto:

“La identidad de la cocina de cada lugar se debe defender por el producto, que es el que otorga la base de los sabores de donde es. Así que si queremos una cocina sofisticada española, tenemos que ir a los productos de origen”.

Por ello, la única forma de conseguir que se identifiquen los productos utilizados en la gastronomía con su lugar de procedencia u origen, es llevándolo a la práctica. Es decir, hacer uso de estos productos (con DOP e IPG) en los platos que los restaurantes ofrecen a sus comensales.

En España tenemos, aproximadamente (basándonos en últimos datos confirmados por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 2013), 176 marcas alimentarias asociadas a estos sistemas de calidad.

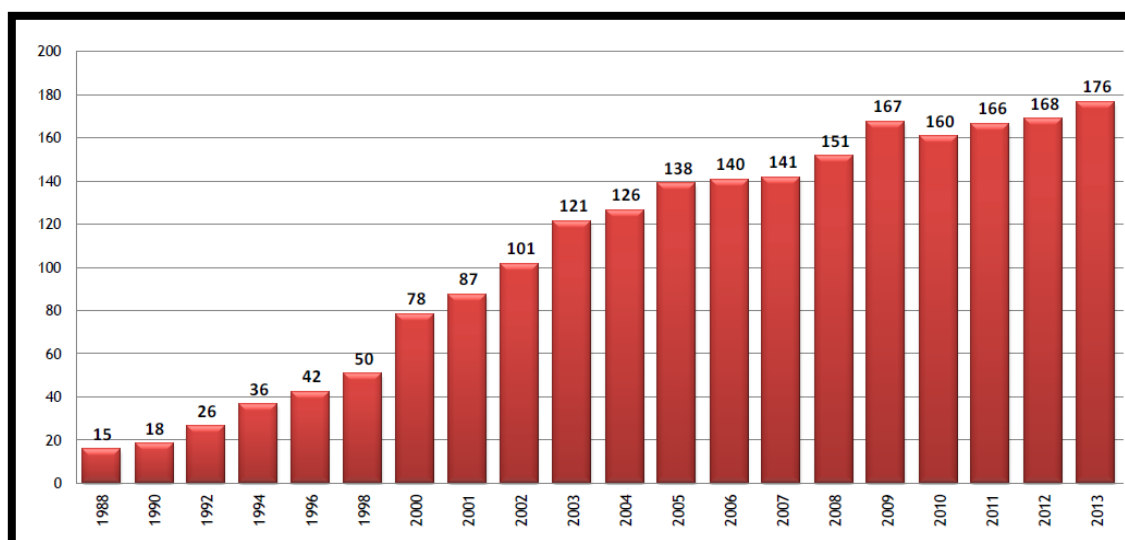


Figura 6 Productos Agroalimentarios amparados por D.O.P.'s e I.G.P.'s. Evolución
Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2013)

La imagen anterior (Fig.6) demuestra la evolución que ha acontecido a estos productos en nuestro país, notándose el gran incremento desde el año 1988 hasta el 2013 (últimos datos oficiales). El portal web Spain.info cifra la cantidad de estas marcas en más de 250, pero no se ha tenido en cuenta dada la escasa fiabilidad de la procedencia de dicha información y el gran contraste que posee con los datos oficiales del Ministerio.

Centrando esta información a los objetivos de este trabajo final de grado, se muestran a continuación los productos que han recibido este reconocimiento tanto en el País Vasco como en la Comunidad Valenciana. Se destaca que el número de productos en el País Vasco se acota a sólo seis, mientras que en la Comunidad Valenciana son 21 los productos bajo esta denominación. Para equilibrar el análisis de los productos se ha recogido en esta selección aquellos más característicos de la región valenciana resultando los productos contenidos en la tabla siguiente:

PRODUCTOS DOP/IGP PAIS VASCO	PRODUCTOS DOP/IGP COMUNITAT VALENCIANA
Txakolí de Álava (DOP)	Alcachofa de Benicarló (DOP)
Txakolí de Bizkaia (DOP)	Arroz de Valencia (DOP)
Txakolí de Getaria (DOP)	Aceites diversos de la Comunidad Valenciana (tienen el distintivo DOP)
Carne de vacuno del País Vasco o Euskal Okela (IGP)	Cerezas de la Montaña de Alicante (IGP)
Pimiento de Gernkia o Gernikako Piperra (IGP)	Chufa de Valencia (DOP)
Queso Idiazabal (DOP)	Cítricos Valencianos (IGP)
	Jijona: productos de panadería, pastelería y galletería (IGP)
	Turrón de Alicante (IGP)
	Vinos de Utiel-Requena (DOP)

Tabla 1 Productos DOP e IGP País Vasco y Comunitat Valenciana
Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente (2012)

3.3. El DOP y la IGP como garantía de calidad y valor en la decisión del consumidor

De lo que nadie duda en este momento es que tanto las DOP como las IGP, a pesar de no tener un conocimiento exhaustivo de los productos concretos que componen estas denominaciones, es que son sinónimo de calidad. Tanto la Denominación de Origen como la Indicación Geográfica, ofrecen una *calidad diferenciada* lo cual implica una garantía en el consumo del cliente/turista tanto en relación a las características organolépticas (sabor, olor,...) que un producto contiene como la procedencia, vinculación a una cultura incluso la historia del lugar en el que fue elaborado.

Profundizando en las características organolépticas, cuando degustamos un plato, se pueden llegar a identificar 4 de los 5 sentidos que tenemos las personas: la *vista*, a la hora de valorar la buena presentación de un plato, la cantidad, la organización, etc.; el *gusto*, sensaciones primarias que la comida nos transmite como la acidez, lo dulce, lo salado o lo amargo; el *olfato*, ya que el 80% de lo que se detecta como sabor procede de la sensación del olor; y el *tacto*, referido a la textura y temperatura de la comida (Alimmenta, 2015).

Todos estos sentidos contribuyen a disfrutar de la gastronomía, pero sin duda, los más importantes son el gusto y el olfato. Cada producto, desde las especias o verduras más livianas hasta las carnes o pescados potentes, tiene su propia personalidad, y en su unión se crea el sabor que los caracteriza. Los cocineros tienen un papel importante: deben conocer el sabor de los productos para intentar potenciarlos al máximo y de esta manera hacer disfrutar a los comensales con las emociones de los sabores de sus creaciones.

Además, conviene recordar la capacidad que tenemos las personas de recordar momentos o situaciones por las sensaciones que nos transmiten. Los sabores tienen un papel importante, ya que nos trasladan a lugares, personas, momentos, etc. Es aquí donde estos conceptos DOP e IGP adquieren su máxima expresión en el sentido de que no podemos trasladar esos sabores a otras regiones más allá de las que son originarias. Sirva como ejemplo que muchos turistas para probar un cocido madrileño se trasladan a Madrid, o a Valencia para saborear una paella, o al País Vasco para degustar el auténtico y fresco bonito del norte. Se trata siempre de platos arraigados al lugar, a su tradición y a su cultura gastronómica y el turista los asocia al lugar gracias a la gastronomía.

4. GASTRONOMÍA EN EL PAÍS VASCO Y LA COMUNITAT VALENCIANA

A continuación se profundiza en el conocimiento de la gastronomía de las dos regiones españolas objeto de análisis (País Vasco y Comunitat Valenciana) y la utilización de los productos DOP e IGP en la oferta gastronómica en general.

4.1. Gastronomía Vasca

La cocina vasca es extensa y muy variada. Emplea diversos ingredientes procedentes tanto del mar Cantábrico (pescados y mariscos) como de las huertas y pastos del interior (verduras y hortalizas, cereales, carnes,...).

Lo más importante o lo que más la caracteriza es el uso de productos de temporada y de alta calidad.

- **Productos de calidad**

En el País Vasco se ha creado el certificado Eusko Lavel (reconocible por la K de Kalitatea), el cual identifica y distingue aquellos productos agroalimentarios producidos, transformados y/o elaborados en la Comunidad Autónoma, cuya calidad, especificidad o singularidad superan la media general. Bajo esta certificación se encuentran productos DOP y otros como la leche de oveja, el bonito del Norte, miel, etc.

- **Gastronomía de Temporada**

En primavera destacan sobre todo la anchoa y el verdel, el cordero lechal, el queso de Idiazabal y los guisantitos (conocidos también como el *caviar verde*) o las habas tiernas, además de la alcachofa, los espárragos y las acelgas.

En verano comienza el consumo del bonito junto con las sardinas, las guindillas de Ibarra, pimientos, tomates y vainas.

En otoño comienza la temporada de embutidos, hongos, zizas y perretxikos y morcillas, además de productos de caza.

En invierno se consumen las alubias de Tolosa (con berza, morcilla y guindillas), el txangurro y las angulas bañadas de sidra y txakolí, y postres como la cuajada de leche de oveja, manzanas asadas o en compota, nueces y castañas.

Aparte de esta información, en la visita al País Vasco se puede encontrar también el “Euskadi Gastronomika”, un conjunto de empresas de Donostia y San Sebastián que tiene como objetivo *ofrecer al turista las mejores experiencias, la mejor oferta gastronómica, un servicio de calidad entorno al Turismo Gastronómico* (Turismo San Sebastián, 2015). Basan la identidad de Euskadi en la gastronomía vasca, promoviendo el producto local, las materias primas que ofrecen el mar y la tierra, y los productos de temporada. También se potencia a través de este programa los productos D.O. de Euskadi y los productos con distintivos de calidad vasco.

Es una forma de orientar y guiar al turista sobre la gastronomía que se encontrarán en el País Vasco de forma organizada, es decir, desde el conocimiento que en esta región tienen en cuanto a los productos que tienen y a la forma de potenciarlos y explotarlos ofreciéndolos a través de la gastronomía y el turismo gastronómico.

A continuación se exponen algunos de los platos típicos del País Vasco y que encontraremos fácilmente en cualquier restaurante de la región.

Platos típicos del País Vasco



Ilustración 1 Alubias de Tolosa
Fuente: Directo al Paladar (2010)

Bacalao al pilpil: bacalao, aceite de oliva, ajo y guindillas. El nombre “pil-pil” proviene del sonido que hace la salsa en su elaboración, para la cual se suele utilizar una cazuela de barro.



Ilustración 2 Bacalao al Pil Pil
Fuente: Hogarmania (2011)



Ilustración 3 Chipirones en su tinta
Fuente: Canal cocina (2015)

Chipirones en su tinta: aunque existen diferentes maneras de prepararlo, en la mayoría de los casos se utiliza pimienta, cebolla y tinta de calamar para elaborar la salsa que los acompaña.

Kokotxas en salsa verde (o pil pil): las kokotxas son un tejido muscular ubicado en la cabeza de algunos pescados como la merluza o el bacalao. La salsa verde consta de dientes de ajo y perejil.



Ilustración 4 Kokotxas en Salsa Verde
Fuente: Canal cocina (2015)



Ilustración 5 Marmitako
Fuente: Hogarmania (2015)

Marmitako: guiso marinero a base de bonito. Contiene bonito, patatas y pimiento choricero.

Merluza en salsa verde: merluza acompañada de salsa verde (ajo y perejil), y almejas en algunas ocasiones. Suele servirse en una cazuela de barro con huevo duro picado.



Ilustración 6 Merluza en Salsa Verde
Fuente: Canal cocina (2015)



Ilustración 7 Pastel Vasco
Fuente: Hogarutil (2014)

Pastel vasco: postre en cuya elaboración se utilizan almendras para la masa que después es recubierta con crema pastelera y horneada en un molde redondo.

Revuelto de Perretxikos: revuelto elaborado a base de perretxikos (especie de setas), huevos, ajo y aceite de oliva.



Ilustración 8 Revuelto de Perretxikos
Fuente: Hogarmania (2014)



Ilustración 9 Porrusalda o Sopa Vasca
Fuente: Canalcocina (2015)

Tortilla de bacalao: para realizar esta tortilla se emplea bacalao desalado, huevos, pimientos verdes, cebolla, ajo, perejil picado y aceite de oliva virgen extra.



Ilustración 10 Tortilla de Bacalao
Fuente: Hogarmania (2014)



Ilustración 11 Txangurro a la Donostiarra
Fuente: Hogarmania (2010)

Txangurro a la donostiarra: carne del centollo acompañado con cebolla, tomate, pan rallado y brandy.



Ilustración 12 Zurrurutuna
Fuente: Hogarmania (2008)

Zurrurutuna: es una sopa de ajo con bacalao, que también lleva pan de víspera, huevos, ajo, pimentón (dulce o picante), pimientos choriceros, guindilla seca, perejil y aceite de oliva.

4.2. Gastronomía Valenciana

La gastronomía valenciana es muy rica y saludable, y uno de los mejores ejemplos de la dieta mediterránea recientemente reconocida como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. El ingrediente principal para muchos de sus platos es el arroz, y esto es debido a la gran extensión de terrenos idóneos que posee para el cultivo de este cereal.

Aunque el arroz es el principal elemento en la gastronomía, los guisos también forman parte de la gastronomía valenciana. El más conocido es el *all i pebre*, más conocido por la zona de la Albufera de Valencia.

La Comunidad Valenciana es una comunidad autónoma costera, por lo que el pescado y el marisco tienen también un peso muy importante en la gastronomía de la zona. Las variedades de los pescados los podremos encontrar cocinados de diversas formas: a la brasa, a la plancha, al horno, en fritura, o en ricos guisos. Respecto al marisco, cobra protagonismo como entrantes. En la carta de cualquier restaurante podremos encontrar raciones o platos de chipirones, almejas, navajas, *clóchinas*, *tellinas*, etc.

Entre los dulces y bebidas, la gastronomía valenciana cuenta la horchata bebida típica hecha de chufa⁶, la cual puede ser también acompañada de *fartons*⁷. También se destaca Agua de Valencia (ilustración 15), los vinos dulces como la mistela, y las naranjas de temporada si la visita se realiza en invierno (Restaurant Valencia, 2015).

A continuación se detallan algunos de los platos o comidas más típicas de la zona.

⁶ Pequeño tubérculo incluido en la lista de productos DOP.

⁷ es un dulce de bollería alargado y con azúcar glaseado típico del municipio valenciano de Alboraya, España.

Comida típica de la Comunidad Valenciana



Ilustración 13 Agua de Valencia
Fuente: Agua de Valencia (2015)

All i pebre de anguilas: es un plato con origen en las orillas del lago de la Albufera de Valencia, pues es un pescado abundante en la zona.



Ilustración 14 All i pebre de anguilas
Fuente: El Mundo (2011)



Ilustración 15 Arnadí Fuente:
Gastronomía y CIA (2013)

Arnadí: es un dulce tradicional elaborado principalmente en Xàtiva y Gandia en Cuaresma y Semana Santa. Los ingredientes principales son calabaza, almendra y azúcar. Es también muy habitual hacerlo con boniato, o combinando calabaza y boniato.

Diferentes variedades de arroz. La Comunidad Valenciana en general, y Valencia en particular, se caracterizan por tener en sus menús diferentes y variados platos de arroz. Algunos de estos son:

- Arròs a banda
- Arròs al forn
- Arròs amb fessols i naps
- Arròs del senyoret
- Arròs negre
- Paella valenciana



Ilustración 16 Paella valenciana Fuente:
Donde viajar (2011)



Ilustración 17 Buñuelos de Calabaza
Fuente: Cocina facilísimo (2014)

Buñuelos: suelen estar hechos de calabaza como ingrediente principal, aunque también hay quien los hace de manzana. Las fechas en las que más se consumen son Fallas.

Clóchinas de Valencia: la clóchina de Valencia es un mejillón de tamaño más pequeño, su color no es tan rojo (puede ser anaranjado claro e incluso blanquecino), con una textura más cremosa y un sabor más intenso.



Ilustración 18 Clóchinas de Valencia
Fuente: Gastronomía y CIA (2013)



Ilustración 19 Coca farcida Fuente: Casa Isabel (2014)

Coca farcida: es una receta muy popular que se puede encontrar en muchos hornos y panaderías de la Comunitat Valenciana. Está elaborada sobre una masa de harina y aceite rellena de pisto de tomate, guisantes y atún.

Fideuà de Gandia: se podría decir que es una paella de mariscos con fideos. En la mayoría de restaurantes y hoteles de Gandía se ofrece este plato y una vez al año tiene lugar un concurso internacional de fideuà de Gandia para premiar a los mejores cocineros.



Ilustración 20 Fideuà de Gandia
Fuente: Infonoticias Gandía (2015)



Ilustración 21 Horchata y Fartons Fuente: Love Valencia (2015)

Horchata y Fartons: la horchata es una bebida popular en Valencia hecha de chufa, con más demanda en verano, y se suele tomar con fartons, una especie de pan.

Turrón (también en helado): Los turrones de Jijona y Turrón de Alicante son una mezcla de ingredientes naturales de gran calidad: almendra, azúcares y miel. El consumo del turrón es muy común durante el invierno, sobretodo en la temporada de Navidad, y en verano su consumo se realiza en helado.



Ilustración 22 Turrón de Jijona Fuente: Jijona (2011)

5. ESTUDIO DE LOS RESTAURANTES CON ESTRELLA MICHELÍN

5.1. ¿Qué son las Estrellas Michelin?

La categoría de “Estrellas Michelin” en los restaurantes ha sido creada por la guía Michelin⁸, la cual otorga estrellas a los restaurantes a través de los informes de sus inspectores anónimos que recorren de incógnito el país. En estos informes se examinan variables que van desde las flores sobre la mesa, hasta la presentación y calidad de los platos, pasando por la técnica, el punto de cocción, el atractivo del local, la bodega, o el servicio de aparcacoches.

El número máximo de estrellas que se puede otorgar a un restaurante es tres. Antes de la obtención de la primera estrella, el candidato recibe cuatro visitas de los inspectores nacionales. La segunda estrella es otorgada tras diez visitas de los inspectores, tanto nacionales como franceses. Finalmente, la tercera sólo se consigue tras el minucioso escrutinio de inspectores internacionales (Sánchez Díez, M., 2014).

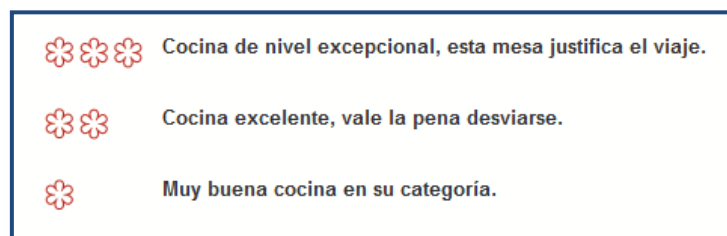


Ilustración 23 Significado Estrellas Michelin

Dado que el estudio que voy a realizar se basa en los restaurantes agrupados en las categorías de esta guía gastronómica, considero de vital importancia la inclusión de los productos DOP e IGP en los menús o en la carta de éstos.

⁸ La guía MICHELIN es una guía para viajeros que publica cada año los mejores hoteles restaurantes de cada ciudad. Éstos son seleccionados por sus inspectores, los cuales viajan de manera anónima para descubrirlos.

5.2. Estudio de las cartas y menús de Restaurantes con Estrellas Michelin en el País Vasco

El País Vasco ofrece un amplio abanico de restaurantes con estrellas Michelin en los cuales se puede degustar la gastronomía más típica de la zona.

En su totalidad posee 21 restaurantes con estrellas Michelin: 4 restaurantes con tres estrellas, 1 restaurante con dos estrellas, y 16 restaurantes con una estrella.

Este abarque no es únicamente nacional, sino que además, en el País Vasco “existe la mayor concentración per cápita del mundo de estrellas Michelin” (Bizkaia Talent). Es considerada como una región con una gastronomía muy variada y completa en el mundo según muchos críticos, y esta opinión está corroborada a nivel internacional por la guía Michelin.

Otro reconocimiento con el que cuentan los restaurantes vascos se encuentra en el listado de los 50 mejores restaurantes del mundo, publicado por la revista británica *Restaurant*. En este listado, 5 de los primeros 35 restaurantes se ubican en el País Vasco. El restaurante Mugaritz, que cuenta con dos estrellas, ocupa el sexto puesto en esta clasificación (el restaurante vasco con el puesto más alto), y le sigue el restaurante Arzak, con la 8ª posición (The World's 50 best, 2015).

A continuación se muestran los restaurantes con posesión de estrellas Michelin, según su categoría (3, 2, o 1 estrella):



Restaurante Akelare
Restaurante Arzak (pdte. recibir carta)
Restaurante Azurmendi
Restaurante Martin Berasategui



Restaurante Mugaritz



Restaurante Aizian
Restaurante Alameda
Restaurante Andra Mari
Restaurante Boroa
Restaurante Elkano
Restaurante Etxebarri
Restaurante Etxanobe
Restaurante Kokotxa
Restaurante Marqués de Riscal
Restaurante Mina
Restaurante Mirador de Ulía
Restaurante Miramón Arbelaitz
Restaurante Nerua
Restaurante Zaldiaran
Restaurante Zortziko
Restaurante Zuberoa

Restaurantes con estrella Michelin
(Michelin)

Como se puede comprobar, la lista de restaurantes con estrella Michelin que ofrece el País Vasco es extensa, por lo que este estudio se ha basado en aquellos restaurantes que publican la carta en la página web de su restaurante o aquellos que han tenido a bien facilitar esta información. Cabe apuntar que no han sido todos.

De la lista anteriormente descrita, se han seleccionado cuatro restaurantes en el País Vasco, siendo los siguientes:

- Restaurante de Martín Berasategui
- Restaurante Azurmendi
- Restaurante Mugaritz
- Restaurante Alameda

En este caso, la lista con los ingredientes que van a ser analizados está basada inicialmente en los productos DOP o IGP registrados en el País Vasco: cualquiera de los tres tipos de Vinos Txakoli, la Carne de Vacuno del País Vasco, el Pimiento de Gernika, o el Queso Idiazabal.

En segundo lugar, se comprobará si, además de la inclusión de estos ingredientes, alguno de los platos pertenece o contiene huellas de la cocina tradicional vasca (platos del punto 4.1.).

- **Restaurante de Martín Berasategui**

Si bien estas cartas no ofrecen la lista de vinos que componen el maridaje para los platos, en el apartado de aperitivos (Anexo 1), encontramos el *Crujiente de Mar en Tempura* servido con una *Mayonesa de Txakoli*, un vino Denominación de Origen (en adelante DOP) del País Vasco. Es la única referencia a un producto con Denominación de Origen o Indicación Geográfica Protegida (DOP e IGP) que vamos a encontrar en la carta de este cocinero. En este mismo anexo encontramos también la *Ostra tibia escabechada con granizado de pepino y K5*. Este producto (K5) es una alternativa de los vinos Txakoli, producido en la zona del cantábrico. No es un producto DOP, pero es un vino perteneciente a la zona, producido por el cocinero Karlos Argiñano (entre otros), con el fin de producir un vino que recogiera la esencia de la tierra.

Dada la inexistencia de más productos DOP o IGP en esta carta, el estudio continuará con el análisis de los platos o ingredientes pertenecientes a la cocina tradicional de la región, o el descarte de ellos.

En primer lugar, se destaca la procedencia de un ingrediente imprescindible en cualquier cocina española: el aceite de oliva. El aceite que este cocinero emplea sólo está nombrado en dos de sus platos. En uno utiliza aceite “Venta del Barón” y en otro “Alma de Jerez”. Ambos tienen su procedencia en Andalucía, por lo que, a pesar de existir almazaras en la región del País Vasco, el aceite de éstas no es aprovechado en su cocina, o no ha sido señalado en ninguno de los platos de su carta.

No obstante, sí que encontraremos productos de la zona o recetas típicas vascas insertadas en la cocina innovadora de Berasategui. Como ejemplo de productos, en el apartado de “Raciones” encontraremos: setas fermentadas (dependerá de la temporada en que nos encontremos); o huevos *Gorrotxategui*, pertenecientes a un proveedor local. Asimismo, en cuanto a los productos del mar, identificamos las *Kokotxas de Merluza al pil-pil*, plato que no puede faltar en la mesa de ningún restaurante vasco. Respecto a guisos y carnes, encontramos los *callos* guisados “a la

manera tradicional” (con ingredientes populares de la zona); y “conguitos” crujientes de *morcilla* (embutido empleado en algunos guisos) (Anexo 2).

Finalmente, en cuanto a los postres, no hay ningún ingrediente en ninguno de ellos que podamos identificar como “vasco”. No existe, por ejemplo, representación del popular *Pastel Vasco* en ninguno de los platos. En el Anexo 2 se indica una *Crema helada de Whisky* (que bien podría ser realizada con vino Txakoli) y también unos *Quesos del País* que “gustan al cocinero”, en lugar de emplear Queso Idiazabal (IGP).

▪ **Restaurante Azurmendi**

Antes de comenzar con la carta, es necesario hacer una descripción de este lugar. Azurmendi se encuentra en una ladera en Larrabetzu, a 20 minutos de Bilbao. El restaurante posee un huerto de donde se recolectan productos frescos para la cocina y, bajo petición, es posible realizar una excursión. Esta excursión se inicia en el huerto y se van realizando paradas, degustando en cada una alguno de los productos de la tierra ya elaborados. La excursión continúa en el hall del restaurante, donde traen al comensal una cesta de picnic en cuyo interior se encuentran “bocados” para degustar. La última parada se realiza en la cocina, donde el cocinero Eneko Atxa recibe al comensal, y se le ofrece otro nuevo “bocado” antes de finalizar la excursión y tomar asiento. Es una experiencia muy enriquecedora para el comensal dado que puede conocer de raíz los productos de la tierra empleados, y nunca mejor dicho.

Las propuestas de este cocinero integran el territorio y sus recursos, las raíces culturales, los productos del recetario culinario tradicional vasco, la colaboración el entorno inmediato, y los medios técnicos al alcance. La cocina de Eneko Atxa es una cocina intensa, *identitaria*, en la que las fuerzas interactúan de forma equilibrada, para que la experiencia gastronómica sea un homenaje a los sentidos de cada uno de los clientes que se acerca a su “casa Azurmendi”.

“El valor diferenciador de Azurmendi viene marcado desde un territorio, desde una manera de entender y transmitir los valores que cada uno tiene y que ha adquirido en su casa” (Atxa E., 2014).

En la filosofía de este negocio encontramos el valor de gastronomía que con este proyecto pretendía aportar a este concepto. No es un simple restaurante que ofrece innovación y sabor en sus platos. Ofrece la cultura e historia de un territorio, y refleja la

identidad del lugar en cada uno de sus platos. Todo ello para acercar al cliente al lugar en el que se encuentra.

Ya introducido el lugar, es el turno del estudio de su carta. La carta en sí de este restaurante no facilita la información de los vinos que sirve, pero éstos pertenecen a la bodega que alberga en sus instalaciones. Todos ellos son Txakoli de Bizkaia.

El primer producto DOP en esta carta se encuentra tanto en el Menú Adarrak como en el Menú Erroak (Anexo 3). Se trata de la *CaipiriTxa*, un bombón con una caipirinha hecha de Txakoli.

En el Menú Adarrak descubrimos un plato que podríamos catalogar como auténtico vasco: *Merluza, infusión de pimiento, bombones de Idiazabal y “refrito”*. El plato está compuesto por merluza, uno de los pescados más empleados en el País Vasco; la infusión de pimiento está elaborada con pimientos de Gernika, los cuales se encuentran bajo el distintivo de Indicación Geográfica Protegida (IGP); y por último los bombones de Idiazabal, elaborados con queso Idiazabal (DOP). Con éste finalizan los platos con productos DOP o IGP.

En ambos menús podemos encontrar *Huevo de nuestras gallinas cocinado a la inversa y trufado*, los cuales son recibidos por proveedores de la zona. En los dos menús podemos también apreciar el “sabor” del cantábrico, puesto que la gran mayoría de sus platos (por no decir todos), están basados en productos del mar. En el primer menú: *Ostra*, tartar y gelee; tomate y *anguila*; *centollo* y *erizo*. En el segundo menú: “*Bloody Mar*”, fusión del cocktail Bloody Mary y el mar a base de *erizo*; “*Noodles*” de *chipirón*, y *Kokotxas*.

En cuanto a los postres, el elemento clave en el Menú Adarrak son los lácteos: manzana, caramelo y *yogurt*; queso, frutos rojos y menta; *leche de oveja* y olivas negras.

▪ **Restaurante Mugaritz**

La filosofía de este restaurante se asemeja a la del restaurante anterior en cuanto a productos frescos se refiere. La carta no está disponible en su página web debido a que “improvisan” el menú de cada día con los ingredientes y productos frescos que tengan. De hecho, en un mismo día, es posible que a unos comensales se les ofrezca un menú y a otros, otro distinto.

Según palabras textuales de Jon Eceiza, miembro del equipo, en respuesta a un correo que se le envió, “En Mugaritz no tenemos carta. Nuestra oferta gastronómica está compuesta exclusivamente por un menú degustación que representa la esencia de la cocina y filosofía de Mugaritz. Nuestra cocina está basada en el producto de mercado, por tanto este menú será confeccionado en función del producto que en su más alta calidad tengamos ese día”.

En ese mismo correo se adjuntó también un menú del martes 19 de mayo de este año para poder contemplar un ejemplo de los platos que se producen en la cocina del Mugaritz (Anexo 4).

A pesar de la buena reputación de este restaurante, no sólo a nivel nacional sino también internacional (galardonado como uno de los mejores 50 restaurantes del mundo y el mejor posicionado de España), en su carta no se encuentra ningún plato que contenga algún producto DOP o IGP del País Vasco.

Además, los platos tampoco tienen mucho enlace con la gastronomía vasca. Los únicos que podemos asociar a esta gastronomía son las *Lenguas de bacalao con sirope de especias* y la *Merluza glutinosa*, ya que son pescados arraigados a la gastronomía local.

Por otra parte, este menú es referido únicamente a dicho día, y no podemos contrastarlo con otros para comprobar si los platos que realizan en este restaurante tienen más relación o concordancia con la cocina vasca otros días u otras épocas del año.

▪ **Restaurante Alameda**

Hay algo sobresaliente que destacar en este restaurante: es el único del estudio en la región del País Vasco que en su carta posee carne de vacuno con IGP. Tiene su representación en un *Solomillo de vaca asado, con pastel de patata y beicon*.

También hay que destacar que la mayoría de sus platos están basados en las recetas tradicionales de la región y su carta “se elabora con productos frescos de temporada”. Se abastecen de “productos locales, respetando sus raíces, sus aromas y sabores” (Anexo 5).

Empezando por los Entrantes, nos encontramos con el *Tartar de Txixarro marinado*, especie perteneciente al jurel y pescado en el golfo de Vizcaya; *Setas de Temporada asadas*; *Raviolis de hongos, porrusalda ahumada y cigala*, integración de la sopa vasca en el plato de los raviolis; *Butakaku, Papada de Euskal txerri glaseada con algas*, plato que consiste en un taco grueso de papada de raza autóctona de cerdo euskal txerri, cuya denominación evoca a la técnica japonesa que influye al cocinero sin perder las raíces de la tierra; y *Arroz cremoso de Txipirones Begi Handi de anzuelo*, es un tipo de chipirón de gran tamaño muy empleado en las cocinas vascas, sobre todo por su tinta y su tierna carne.

En cuanto a los pescados, son los ofrecidos por la lonja de Hondarribia y San Juan de Luz, de modo que el que pescado entregado a los clientes en sus platos será el del día (fresco).

Respecto a las carnes, encontramos el Solomillo mencionado al principio del apartado, y también *Rabo de Betizu*, procedente de la raza de vacas Betizu, semisalvajes y autóctonas del norte de España y el País Vasco. Es un alimento empleado en esta cocina a pesar de provenir de un animal en peligro de extinción.

Finalmente, en los postres podremos elegir *Quesos de productores artesanales del País Vasco*. No son quesos pertenecientes a la marca Idiazabal (DOP), pero son los seleccionados por tener su origen en la región.

5.3. Estudio de las cartas y menús de Restaurantes con Estrella Michelin en la Comunidad Valenciana

A pesar de la riqueza de los productos gastronómicos que tenemos, el número de restaurantes con estrella Michelin es inferior a los del País Vasco.

Además, en nuestra región contamos únicamente con un restaurante de tres estrellas Michelin, y no tenemos ninguno de dos estrellas. Todos los demás son únicamente de una estrella.

A continuación se muestran los restaurantes con estrella Michelin:



Restaurante Quique Dacosta



Restaurante Bon Amb
Restaurante Cal Paradís
Restaurante Casa Alfonso
Restaurante Casa Manolo
Restaurante Casa Pepa
Restaurante El Poblet
Restaurante L'Escaleta
Restaurante La Finca
Restaurante La Sucursal
Restaurante Monastrell
Restaurante Ricard Camarena
Restaurante Riff
Restaurante Vertical

Restaurantes con estrella Michelin
(Michelin)

La lista de restaurantes con estrella Michelin que ofrece la Comunidad Valenciana es más reducida que la del País Vasco. Para el estudio han sido seleccionados los siguientes restaurantes:

- Restaurante de Quique Dacosta
- Restaurante de Casa Manolo
- Restaurante RIFF
- Restaurante Bon Amb

El restaurante de Quique Dacosta ha sido elegido por ser el único de la Comunidad Valenciana poseedor de las tres estrellas Michelin, y por ser también uno de los más distinguidos, ya que son muchos los famosos que se han acercado a degustar sus platos.

Para los otros tres restaurantes se ha tenido en cuenta el contenido de la carta, ya que son de los pocos (por no decir los únicos) en los cuales podemos encontrar la “esencia” del Mediterráneo en sus platos.

El resto de restaurantes con estrellas Michelin han sido descartados bien por su poca oferta en cuanto a platos en sus menús, o bien por no contener productos de la zona y no poder reconocer en ellos el origen o la tradición gastronómica del lugar.

Igualmente, apenas encontraremos productos DOP o IGP en los restaurantes escogidos. En el caso de estudio de la Comunidad Valenciana, se destacarán aquellos productos que se encuentren bajo estas nomenclaturas (por insuficientes que sean). Por este motivo, lo que más será analizado es el uso de los productos de la zona, y en su defecto, los de la costa del Mediterráneo.

▪ Restaurante de Quique Dacosta

La carta de este restaurante recibe el nombre de “Estados de ánimo” y consta de dos menús: “Universo Local” y “Estados de Ánimo” (Anexo 6). El primero está compuesto por “platos que se han consolidado en el tiempo y representan nuestro *bagaje* en forma de tradición, evolución y vanguardia”. El segundo es un menú en el cual Quique Dacosta da a conocer todas las innovaciones, su visión culinaria, su trabajo de investigación, y su pasión por la creatividad (Dacosta).

En esta carta encontramos únicamente dos platos que contienen productos DOP, ambos en el menú “Universo Local”, localizados en el 4º Acto: Nuestra Mesa. El primero es “*Arroz Albufera de guisantes y huevos de sepia*”, elaborado con arroz de Valencia (DOP); el segundo son las “*Láminas de presa ahumada con tendones y horchata*”, proviniendo esta última de la chufa de Valencia (DOP). Los menús pueden ser complementados con el maridaje, y probablemente alguno de los vinos que incluyen tengan la etiqueta de DOP o IGP, pero no ofrecen carta de vinos, por lo que no se puede confirmar.

Habiendo analizado los platos con DOP, rasgaremos los platos que contienen productos de la zona y, en su defecto, aquellos que provengan de la costa del Mediterráneo. Puesto que es en el menú “Universo Local” donde se encuentran más productos de este tipo, y en el menú de “Estados de Ánimo” se repiten algunos del anterior menú, nos basaremos en los platos del primero únicamente.

En el 1º Acto: Snacks, se encuentran el “*Buñuelo ligero de bacalao*”, una forma de representar los tan conocidos buñuelos de Valencia, pero con el toque a mar que le proporciona el bacalao; “*Arroz a banda socarrat*”, uno de los arroces más conocidos en la zona y *socarrat*, que en castellano quiere decir quemado o tostado; y “*Carbón de Pericana*”, plato tradicional en Alicante y más conocido en Valencia como *esgarraet*, consiste en pimientos secos o asados, bacalao, ajos y aceite de oliva.

En el 2º Acto: Mesa de Salazones, se pueden degustar las “*Huevas de Mújol*”, procedente de las costas mediterráneas; y las “*Raíces de Ceps*”, que son raíces de las viñas de la zona.

Por último, en el 4º Acto: Nuestra Mesa, se encuentra el plato de “*Gamba roja de Dénia hervida*”, una auténtica delicia debido a su frescura (casi del mar a la mesa).

▪ **Restaurante Casa Manolo**

El restaurante Casa Manolo está localizado en Daimús, un pueblo de la comarca de La Safor. Lo que hace popular a este restaurante es la “obsesión” que su cocina tiene por la adquisición de las mejores materias primas de la zona, el comercio de proximidad, los pequeños productores, y las subastas de la lonja de Gandía. Gracias a ello y al esfuerzo del equipo, el restaurante ha obtenido diversos galardones, entre los cuales se pueden destacar:

- Plato de Oro de la Gastronomía Española 2000
- Trofeo Internacional de Gastronomía 2005
- Medalla de Oro de la Gastronomía Española 2010
- Primer Premio en el Concurso Internacional de cocina creativa de la Gamba Roja de Dénia
- También la Estrella Michelin por la Guía Michelin 2014 (Casa Manolo)

Al analizar las cartas de otros restaurantes con estrellas Michelin en la Comunidad Valenciana, se puede apreciar la gran inclusión que este restaurante realiza de los productos DOP e IGP - y los de la zona - en sus platos.

Para la carta de este restaurante nos vamos a basar en el menú del jueves 11 de junio, puesto que es el menú que contiene más productos DOP y de la zona.

Empezando por los Entrantes (Anexo 7), se incluye una *Ensalada de trufa con alcachofa macerada* la alcachofa de Benicarló, reconocida por tener el distintivo de DOP.

En el siguiente apartado de la carta, en los platos Principales, nos encontraremos con una *salsa de naranja* que emplea en dos de sus platos: *Urta de salsa de naranja y anchoa*, y *Cochinillo con su piel crujiente, salsa de naranja y clavo*. Tanto esta salsa de naranja como en el *Cremoso de limón, remolacha y naranja con helado de fruta de la pasión*, en el apartado de los Postres, proceden del consejo regulador de Cítricos Valencianos, catalogados con el distintivo IGP.

Por último, regresando a los platos Principales, nos encontramos con dos platos distintos de arroz: *Arroz de pichón, setas y trufa*, y *Arroz cremoso de bacalao y coco*.

El arroz con el que se han elaborado ambos platos procede de los campos de Valencia (DOP).

Pasando ahora a la carta de vinos (Anexo 8, páginas 13, 30, 31 y 41), desglosaremos en primer lugar la lista de los vinos blancos con DO:

- DO Alicante
Casta Diva Cosecha Dorada 2014 (*Moscatel Romano*)
Casta Diva Monte Diva 2012 (*Moscatel*)
- DO Utiel Requena
Impromptu 2014 (*Sauvignon Blanc*)
Impromptu 2013 (*Sauvignon Blanc*)
- DO Valencia
Trilogía 2013 (*Moscatel, Sauvignon Blanc y Verdil*)

En cuanto a los vinos tintos que se ofrecen:

- DO Alicante
Beryna 2011 (*Monastrell y otras*)
- DO Utiel – Requena
Sentencia 2011 (*Bobal, Garnacha y Shyras*)
- DO VALENCIA
Obscur 2008 (*Monastrell y Marselan*)

Finalmente, como vino dulce se encuentra:

- DO Alicante
Dolç de Mendoza 2004 (*Merlot, Cabernet, Syrah y Pinot Noir*)

Con esto se finaliza la lista de los platos y vinos bajo las nomenclaturas DOP e IGP, pero hay otros platos a destacar por su relación con la cultura gastronómica de la zona.

Volviendo al apartado de Entrantes, encontramos los *Buñuelos de brandada de bacalao con “all i oli”*. Al igual que en el restaurante de Quique Dacosta, en este plato se representa el dulce buñuelo valenciano transformado en un producto salado, con

sabor a mar, y acompañado de la salsa valenciana más conocida y la que acompaña a muchos platos, el “all i oli” (ajo y aceite). Además, encontraremos también en este restaurante la *Gamba Roja*, traída desde el puerto de Dénia.

En el menú “Experiencia Manuel Alonso” se encuentra la *Coca escaldada con jurel en media salazón*. La coca escaldada es una especie de empanada que se realiza en toda la comarca, si bien cada pueblo la realiza “a su forma” (su peculiaridad es que cada pueblo la realiza de una forma distinta). Los ingredientes empleados en esta receta suelen ser embutidos, tomate, pimiento rojo y verde, y sardina de casco. En este caso, el cocinero Manuel Alonso cambia la sardina por el jurel en salazón, aportando su toque personal e innovador al plato tradicional.

▪ Restaurante Bon Amb

“[...] les proponemos estos recorridos por nuestra gastronomía mestiza que siempre está basada en el Montgó, la montaña que se asoma al mar, que nos inspira hacia un paseo equilibrado por el Mediterráneo, encuentro de grandes cocinas” (Ferruz, A.).

Este restaurante ha tomado los productos de las cercanías del Montgó (Parque Natural de la provincia de Alicante) como elementos clave en su cocina. Toda su carta está basada en productos inspirados en este monte, y en los aromas que transmite.

En primer lugar, respecto al maridaje de vinos que ofrece, ninguno de ellos se encuentra bajo la nomenclatura de DOP. La carta de vinos se compone únicamente de una selección de vinos que bien por su aroma, bien por su sabor, se han dividido en tres grupos: Sabores del Montgó, Paseo Mediterráneo, y Caminando por Ambolo, recordando éstos a dicho Parque Natural.

En cuanto a los productos DOP de esta carta, encontramos en primer lugar las *Alcachofas crudas y cocidas*, alcachofas que provienen de Benicarló (DOP). Otro producto estrella que no falta en la carta de ningún restaurante valenciano es el arroz de Valencia (DOP), representado en esta ocasión con *pichón en escabeche*. Por último, en la selección de postres, encontramos dos platos que contienen cítricos de Valencia (IGP): *Limón Valenciano, aceite y curry*, y *Mandarina, mora y oporto*.

Finalizada la lista de productos DOP e IGP que aparecen en esta carta, cabe destacar algunos platos que hacen referencia al sabor mediterráneo. Uno de los platos es el de *Jamón Ibérico puro Guijuelo*, de la Hacienda María (empresa valenciana), por lo que es un producto elaborado “en casa”. Cambiando a los pescados, en la carta encontraremos *Cigalas de playa del mediterráneo*, el *Pescado de la bahía de Jávea* (tratado de la manera más conveniente), y el *Llus*, que es la merluza del Mediterráneo.

▪ **Restaurante Monastrell**

La chef María José San Román nos plantea “su evolución sin estridencias bajo la premisa de preservar los sabores de la materia prima inicial, con especial presencia de productos autóctonos”. Continúa sus investigaciones en torno a productos propios de nuestra gastronomía como son el azafrán (materia en la que es considerada experta a nivel internacional), los arroces, y el Aceite de Oliva Virgen Extra (Restaurante).

En su página web podemos ver la amplia carta de vinos que tiene bajo la nomenclatura DO (Anexo 11). Algunos de estos son:

- DO Valencia
Moma 2009 (*Monastrell y Marselan*)

- DO Alicante
Heretat de Cesilia 2013 (*Petit Verdot, Monastrell y Shiraz*)
Rojo y Negro 2009 (*Gamacha*)
El Sequé 2013 (*Monastrell*)
El Sequé 2012 (*Monastrell*)
Etc.

En cuanto a los productos DOP de su carta, encontramos en primer lugar en los Entrantes el *Tartar de alcachofa e hinojos*, empleando como base la alcachofa de Benicarló (DOP). En segundo lugar, como plato Principal tenemos cuatro diferentes opciones en cuanto a arroces: arroz negro con sashimi de bogavante, con setas de chopo, caldoso con almeja fina, o con foie gras. Todos estos arroces son variedades del arroz de Valencia (DOP).

La lista de platos que se sirven en este restaurante es un tanto corta, pero se ve recompensada en cierta forma en la naturalidad de sus platos, y los sabores arraigados a la gastronomía tradicional valenciana.

6. CONCLUSIONES

Son variadas las conclusiones a las que se ha llegado en la realización de este trabajo. A continuación se presentan las más destacadas:

- Una de las más importantes a destacar es la necesaria actualización de la definición de gastronomía y de su relación con el turismo dada la evolución y desarrollo del turismo gastronómico.
- Desconexión entre administraciones (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente, y las Administraciones Turísticas) en la puesta en valor de los productos DOP e IGP. Estos productos tienen gran importancia no sólo a nivel nacional, sino también a nivel internacional debido a las exportaciones que se realizan de estos productos a otros países, extendiéndose la marca española y, más concretamente, la de cada una de las regiones del país.
- Falta de actualización de los datos disponibles: sobre los productos DOP e IGP reconocidos que ofrece el Ministerio Agricultura, Alimentación y Medioambiente, los cuales datan del año 2012/2013, habiendo pasado entre 2 y 3 años desde esta última actualización. Es probable que existan nuevos productos bajo estas nomenclaturas, pero no se pueden confirmar oficialmente.
- Respecto a la información recopilada para la realización de este trabajo final de grado, sorprende comprobar la diferencia en cuanto a la cantidad y calidad de información obtenida del País Vasco y la Comunitat Valenciana. En el caso del País Vasco, hay muchos portales web de los que se puede extraer información sobre la gastronomía y se aprecia el importante papel en esta región, incluso la forma de incentivar a los turistas con ésta. Sin embargo, la información existente en la Comunitat Valenciana ha sido escasa y en su mayoría, no muy útil. Hay pocas páginas web que ofrezcan información, y las que hay existentes muestran un formato desactualizado, de lo que se depende una falta de interés en la transmisión de la cultura gastronómica valenciana a los turistas.

- En cuanto a los productos DOP e IGP y su uso en los restaurantes de Estrella Michelin, cabe concluir que es escaso. En algunos de ellos, no trabajan los platos típicos locales puesto que son restaurantes de alta categoría y muchos de ellos basan su cocina en cocina vanguardista no tradicional.

Desarrollos futuros

Finalmente se concluye afirmando que este trabajo es novedoso en cuanto a que no existe información que relacione los conceptos gastronomía-restaurantes estrella Michelin y productos DOP y/o IGP y propone ideas para desarrollos futuros que podrían profundizar en conocer las ventajas e inconvenientes con las que se encuentran los cocineros implicados en la utilización de los productos DOP e IGP.

7. BIBLIOGRAFIA

- ALIMMENTA. *La Alimentación a través de los sentidos*.
<<http://www.dietistasnutricionistas.es/la-alimentacion-traves-de-los-sentidos/>>
[Consulta: 8 de junio de 2015]
- ATXA, E. (2014). *Filosofía*.
<<http://www.azurmendi.biz/filosofia-eneko-atxa>> [Consulta: 20 de junio de 2015]
- Bizkaia Talent. <<http://www.bizkaiaitalent.org/pais-vasco-te-espera/conocenos/paraiso-estrellas-michelin/>> [Consulta: 8 de mayo de 2015]
- CASA MANOLO. *Historia*.
<<http://www.restaurantemanolo.com/historia/>> [Consulta: 15 de junio de 2015]
- CAPANO, D.A. (2012). Los Sabores de la Literatura: Un recorrido culinario. Buenos Aires: Gramma. <<http://p3.usal.edu.ar/index.php/gramma/article/view/1926>>
[Consulta: 14 de junio de 2015]
- DACOSTA, Q. Menús.
<<http://www.quiquedacosta.es/ES/menus>> [Consulta: 15 de junio de 2015]
- FERRUZ, A.
<<http://www.bonamb.com/>> [Consulta: 15 de junio de 2015]
- GAZTELMUNDI, I. (2012) “Tendencias y claves del éxito del Turismo Gastronómico” en *I Simposi de Gastronomia i Turisme*. Lleida. Disponible en <www.paeria.es/simposigastronomia/pdf/p_igaztelumendi.pdf> [Consulta: 10 de mayo de 2015]
- Hall C.M. et al. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. London: Butterworth-Heinemann.
- Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas Invat.tur
<<http://invattur.gva.es/noticia/labcuina-invat-tur-investigacion-y-experimentacion-gastronomica/>> [Consulta: 21 de junio de 2015]
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente (2012). *Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.)*. <<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/dop/htm/informacion.aspx>> [Consulta: 3 de mayo de 2015]
- OLIVEIRA, S. (2011). *La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino*. Mealhada: Scientific Electronic Library Online.
<http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012> [Consulta: 2 de junio de 2015]
- Organización Mundial del Turismo, <<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>> [Consulta: 1 de mayo de 2015]

- Organización Mundial del Turismo (2014). *Global Report on Food Tourism*. Madrid
<www.unwto.org> [Consulta: 1 de mayo de 2015]
- Pangaea Observatory y The Blueroom Project TBP (2014). *Food Tourism. Culinary experiences as a means of travelling and discovering countries*. European Countries. <www.blueroom.es> [Consulta: 12 de mayo de 2015]
- POSADA, V. (2009) "Ideas para minimizar la estacionalidad" en *Comunidad Hosteltur*
<www.hosteleria.org/documentos/033_DESESTACIONALIZACION.pdf>
[Consulta: 18 de mayo de 2015]
- Real Academia Española RAE <www.rae.es> [Consulta: 1 de mayo de 2015]
- Restaurant Valencia. *Comida típica de Valencia*.
<<http://www.restaurantvalencia.es/comida-tipica-de-valencia/>> [Consulta: 15 de mayo de 2015]
- Restaurante Monastrell.
<<http://monastrell.com/nuestra-carta/>> [Consulta: 15 de junio de 2015]
- SAN ROMAN, P. (2015). "Denominación de Origen, alta cocina española" en *Altonivel*.
<<http://www.altonivel.com.mx/49403-cocina-espanola-la-riqueza-del-producto.html>> [Consulta: 12 de mayo de 2015]
- SÁNCHEZ DÍEZ, M. (2014) "Preguntas y respuestas sobre las Estrellas Michelin", en *Traveler*, 19 de noviembre de 2014.
<<http://www.traveler.es/viajes/mundo-traveler/articulos/guia-para-entender-las-estrellas-michelin/2755>> [Consulta: 8 de mayo de 2015]
- THE WORLD'S 50 BEST (2015). *The World's 50 Best Restaurants*.
<<http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners>> [Consulta: 7 de mayo de 2015]
- TURISMO SAN SEBASTIAN (2015) *Turismo & Convention Bureau*.
<<http://www.sansebastianturismo.com/es/comer/cocina-vasca>> [Consulta: 23 de mayo de 2015]
- VIA MICHELIN. *Restaurantes con Estrella Michelin*.
<<http://www.viamichelin.es/web/Restaurantes>> [Consulta: 20 de mayo de 2015]
- World Economic Forum WEF (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report*. Geneva.
<<http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2015>> [Consulta: 12 de mayo de 2015]

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Productos DOP e IGP País Vasco y Comunitat Valenciana	20
---	----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Alubias de Tolosa Fuente: Directo al Paladar (2010)	23
Ilustración 2 Bacalao al Pil Pil	23
Ilustración 3 Chipirones en su tinta Fuente: Canal cocina (2015).....	24
Ilustración 4 Kokotxas en Salsa Verde Fuente: Canal cocina (2015)	24
Ilustración 5 Marmitako Fuente: Hogarmania (2015).....	24
Ilustración 6 Merluza en Salsa Verde Fuente: Canal cocina (2015)	24
Ilustración 7 Pastel Vasco.....	24
Ilustración 8 Revuelto de Perretxikos Fuente: Hogarmania (2014).....	25
Ilustración 9 Porrusalda o Sopa Vasca Fuente: Canalcocina (2015).....	25
Ilustración 10 Tortilla de Bacalao Fuente: Hogarmania (2014).....	25
Ilustración 11 Txangurro a la Donostiarra Fuente: Hogarmania (2010)	25
Ilustración 12 Zurrurutuna	25
Ilustración 13 Agua de Valencia Fuente: Agua de Valencia (2015)	27
Ilustración 14 All i pebre de anguillas Fuente: El Mundo (2011).....	27
Ilustración 15 Arnadí Fuente: Gastronomía y CIA (2013)	27
Ilustración 16 Paella valenciana Fuente: Donde viajar (2011).....	27
Ilustración 17 Buñuelos de Calabaza Fuente: Cocina facilísimo (2014)	28
Ilustración 18 Clóchinas de Valencia Fuente: Gastronomía y CIA (2013)	28
Ilustración 19 Coca farcida Fuente: Casa Isabel (2014).....	28
Ilustración 20 Fideuà de Gandia Fuente: Infonoticias Gandía (2015).....	28
Ilustración 21 Horchata y Fartons Fuente: Love Valencia (2015)	29
Ilustración 22 Turrón de Jijona Fuente: Jijona (2011).....	29
Ilustración 23 Significado Estrellas Michelin	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Productos DOP e IG del País Vasco.....	8
Figura 2 Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (clasificación)	9
Figura 3 Gasto en gastronomía en Europa Fuente: estudio Pangaea (2014).....	15
Figura 4 Duración del viaje	15
Figura 5 Combinación del producto	16
Figura 6 Productos Agroalimentarios amparados por D.O.P.'s e I.G.P.'s. Evolución...	19